

PEMASARAN JASA : Konsep dan Implementasi 2/E

Secara garis besar buku ini berisi :

Bagian 1 pendahuluan mencakup pengertian dan ruang lingkup pemasaran jasa, karakteristik dan klasifikasi jasa.

Bagian 2 strategi pemasaran jasa mencakup perilaku konsumen jasa, membina hubungan dengan konsumen, posisi jasa.

Bagian 3 penciptaan jasa, bukti fisik dan penyajian jasa mencakup penciptaan jasa baru, bukti fisik dan penyajian jasa.

Bagian 4 pemilihan lokasi, manajemen permintaan kapasitas, dan penetapan harga jasa

